



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

**Levélcím:** 1391 Budapest 62. Pf.: 211.

**Telefon:** (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

**Ügyszám:** Vj/115/2014.

**Iktatószám:** Vj/115-84/2014.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa az Oppenheim Ügyvédi Iroda (1053 Budapest, Károlyi u. 12.) által képviselt **Procter & Gamble RSC Regionális Szolgáltató Kft.** (1082 Budapest, Kisfaludy u. 38.) és a szintén az Oppenheim Ügyvédi Iroda által képviselt **Procter & Gamble Magyarország Nagykereskedelmi Kkt.** (1082 Budapest, Kisfaludy u. 38.) eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – részben zárt tárgyalást követően – meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t o t .**

Az eljáró versenytanács kötelezi a Procter & Gamble RSC Regionális Szolgáltató Kft.-t és a Procter & Gamble Magyarország Nagykereskedelmi Kkt.-t (a továbbiakban együtt: Társaságok) az általuk tett alábbi vállalások teljesítésére:

- A) A Társaságok vállalják, hogy a jelen határozat kézhezvételét követően nem használják a Head and Shoulders Anti-Hairfall termékcsalád kapcsán a hajhulláscsökkentő hatásra való általános utalást kereskedelmi kommunikációjukban.
- B) A Társaságok vállalják, hogy a Head and Shoulders Anti-Hairfall termékcsaládot 2016. október 1-ig kivezetik a magyarországi piacról, úgy, hogy a termékcsalád helyett más elnevezésű (a hajhullásra nevében nem utaló) termékcsaládot fognak bevezetni.<sup>[1]</sup> A Társaságok vállalják, hogy új termékcsaládnak sem az elnevezése, sem a reklámjai nem fognak hajhullásra általánosságban utalni: a termékek kommunikációja során a Társaságok a hajtöredezés elleni védelemre helyezik a hangsúlyt.
- C) A Társaságok vállalják, hogy 2016. november 1-jéig a Gazdasági Versenyhivatal felé igazolják a vállalások teljesítését, ezen belül jelentést készítenek a termékkivezetésről.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

---

<sup>[1]</sup> A kivezetés nem érinti az új termékcsalád bevezetésének időpontjában még szabad kereskedelmi forgalomban elérhető Head and Shoulders Anti-Hairfall termékeket.

Az eljáró versenytanács továbbá meghozta az alábbi

## **v é g z é s t .**

Az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti a Head & Shoulders termékcsalád népszerűsítése során alkalmazott „*akár 100%-ig korpamentes haj*” szlogen és a „*No.1. Világszerte\**, *\* a P&G számítása, a Nielsen [...] közötti időszakra vonatkozó eladási adatai alapján*” állítás vonatkozásában.

A végzéssel szemben a közléstől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott, a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni. A jogorvoslati kérelmet a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság nemperes eljárásban bírálja felül, amely során kizárólag okirati bizonyításnak van helye, azonban a bíróság a feleket a szükségeshez képest meghallgathatja.

Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

## **INDOKOLÁS**

### **I.**

#### **A vizsgálat tárgya**

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a Vj/115/2014. számú végzésével 2014. december 1-jén versenyfelügyeleti eljárást indított a Procter & Gamble RSC Regionális Szolgáltató Kft.-vel (a továbbiakban: Procter & Gamble RSC Kft. vagy eljárás alá vont) szemben, mivel észlelte, hogy az eljárás alá vont a Head & Shoulders elnevezésű termékcsaláddal kapcsolatosan közzétett kereskedelmi kommunikációjában a termék piacelsőségére, illetve a termék hatékonyságára vonatkozóan valószínűsíthetően nem kellően megalapozott állításokat jelenített meg, amikor a „*No.1. Világszerte\*, akár 100%-ig korpamentes haj\*\**” állításokat alkalmazta.
2. Az eljárás alá vont vállalkozás ezen magatartásával valószínűsíthetően megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-a (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást, megsértve ezzel az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében előírt tilalmat.
3. A versenyfelügyeleti eljárás az eljárás alá vont Head & Shoulders elnevezésű termékcsaládjának népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi gyakorlat vizsgálatára terjedt ki, 2014. január 1-től kezdődően az ügyindítás napjáig.
4. A versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően a GVH észlelte, hogy a vizsgálattal érintett időszakban a Procter & Gamble Magyarország Nagykereskedelmi Kkt. forgalmazta Magyarországon a Head and Shoulders elnevezésű termékcsaládot, az értékesítésből neki származott bevétele, így a termék népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikáció közzététele közvetlenül érdekében állt, így a 2015. február 2-án kelt, Vj/115-8/2014. számú végzéssel a Procter & Gamble Magyarország Nagykereskedelmi Kkt. az eljárásba ügyfélként bevonásra került.

5. A GVH továbbá a 2015. június 16-án kelt, Vj/115-30/2014. számú végzésével az eljárást kiterjesztette a Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall termékeinek népszerűsítése során alkalmazott, a termékek a hajhullás csökkentésére vonatkozó állítások vizsgálatára is. Az eljárás alá vont vállalkozások a Head & Shoulders termékcsaládba tartozó Anti Hair-Fall termék kapcsán feltételezhetően megalapozatlanul tettek közzé állításokat annak hatékonyságára, a hajhullást csökkentő hatására vonatkozóan, és ezzel valószínűsíthetően megvalósítják az Fttv. 6. §-a (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást, megsértve ezzel az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat. Ez a magatartás összefügg az eljárást megindító végzésben megjelölttel, mivel az Anti Hair-Fall termék kereskedelmi kommunikációjában is megjelennek az ügyindító végzésben megjelölt állítások.

## II.

### Az eljárás alá vont vállalkozások

6. A Procter & Gamble RSC Kft. a Procter & Gamble csoport magyarországi leányvállalataként alakult 2003. november 19-én. Közvetlen tulajdonosa alapításától fogva a Procter & Gamble Magyarország Nagykereskedelmi Kkt. A cégmásolat tanúsága szerint a társaság főtevékenysége üzletviteli, egyéb vezetési tanácsadás nyújtása.<sup>1</sup>
7. Ennek keretében üzleti tanácsadási szolgáltatásokat nyújt a Procter & Gamble csoport közép-európai tagjainak, ideértve a Procter & Gamble Magyarország Nagykereskedelmi Kkt.-t, valamint a Procter & Gamble International Operations SA-t. A Procter & Gamble RSC Kft. nem hoz marketing-stratégiai döntéseket, és nem folytat termékértékesítési tevékenységet sem.<sup>2</sup>
8. A Procter & Gamble Magyarország Nagykereskedelmi Kkt. a Procter & Gamble csoport magyarországi leányvállalataként alakult 1991. november 28-án. A társaságot a Procter & Gamble International Operations S.A. (GH, Genf) és a The Procter & Gamble Distributin LLC (US, Cincinnati) tulajdonolja. A társaság főtevékenysége illatszer nagykereskedelme.<sup>3</sup>
9. A Procter & Gamble Magyarország Nagykereskedelmi Kkt. a svájci székhelyű Procter & Gamble International Operations S.A. forgalmazójaként e svájci vállalkozástól közvetlenül szerzi be termékeit, és értékesíti azokat Magyarországon.<sup>4</sup>

## III.

### Az érintett termékcsalád és a kozmetikumok szabályozása

10. A Head & Shoulders a Procter & Gamble csoport tulajdonában lévő, hajápolási termékekre (azon belül is leginkább korpásodás elleni samponokra) szakosodott márka.
11. A Head & Shoulders termékek hatóanyaga a pyrithion-cink (PTZ), amely – <http://www.headandshoulders.hu/hu-HU/anti-dandruff-formula.jsp> weblap szerint – kimagaslóan hatékony a korpásodás elleni harcban, valamint a korpásodás tüneteinek, és a viszkető, pikkelyes fejbőr kialakulásának megelőzésében Ezen túl az összes termék tartalmaz ún. komplex Actizinc vegyületet, amely formula hatékonyan száll szembe a korpásodást okozó gombával.

<sup>1</sup> Vj/115-7/2014. számú irat

<sup>2</sup> Vj/115-2/2014. számú irat 1.1 és 18.1 pontja

<sup>3</sup> Vj/115-7/2014. számú irat

<sup>4</sup> Vj/115-16/2014. számú irat 1. pontja és Vj/115-2/2014. számú irat 18.1 pontja

12. A Head & Shoulders termékcsalád magyarországi értékesítési adatait Vj/115-4/2014. számú irat E/8. számú melléklete, az értékesítésből származó árbevételi adatokat a Vj/115-16/2014. számú irat E/18. számú melléklete tartalmazza.
13. A vizsgálattal érintett termékek kozmetikumok. A kozmetikai készítmények biztonságosságát, az emberi egészség magas szintű védelmét és a belső piac működését a kozmetikai termékekről szóló 1223/2009/EK (XI.30.) európai parlamenti és tanácsi rendelet (a továbbiakban: EKR) hivatott biztosítani az érintett piacon.
14. Az EKR minden tagállamban teljes egészében kötelező, közvetlenül alkalmazandó 2013. július 11-től.
15. Az EKR 2. cikke (1) bekezdésének a) pontja szerinti kozmetikai termék minden olyan anyag vagy keverék, amely azt a célt szolgálja, hogy az emberi test különböző külső részeivel (hámréteg, haj és testszőrzet, körmök, ajkak és külső nemi szervek) vagy a fogakkal és a szájüreg nyálkahártyájával érintkezésbe kerüljön, kizárólag vagy első sorban azok tisztítása, illatosítása, kinézetük megváltoztatása, védelme, megfelelő állapotban tartása céljából, vagy a testszag megszüntetése érdekében.
16. Az EKR célja többek között:<sup>5</sup>
  - világos minimum követelmények meghatározása a kozmetikumok biztonsági jelentésére és azt követően ennek piac-felügyeleti ellenőrzésére,
  - a belső piacfelügyelet megerősítése,
  - az értesítésre vonatkozó egységes követelmény rendszer megteremtése, amely egységes értesítési portálon keresztül biztosítja a nemzetközi piac valamennyi illetékes hatóságának az információhoz való hozzáférést,
  - a felelősségi körök rögzítése, minden termékhez egy, a közösség területén letelepedett „felelős személy” rendelese.
17. Az EKR által rögzített rendszer a tagállamok nemzeti hatóságai számára egységes értesítési portálon biztosítja az információhoz való hozzáférést, továbbá jelentősebb változást jelent a kozmetikumok jogi környezetében, mivel
  - hangsúlyosabbá válik a termékbiztonság, ezért:
    - a „felelős személy” (aki lehet gyártó/forgalmazó) felelőssége megnő, konkrét jogszabályi kötelezettségei vannak,
    - előírja a jó gyártási gyakorlat alkalmazását és a termékinformációs dokumentáció tartalmi részeit.
  - a jogszabály bármely előírásának megsértése esetén hatósági intézkedésre kerülhet sor.
18. A kozmetikai termékekről tett állítások indokolására vonatkozó közös kritériumok megállapításáról a Bizottság 655/2013/EU rendelete rendelkezik. A – szintén 2013. július 11-től alkalmazandó – 655/2013/EU rendelet indokolása szerint
  - az EKR 2. cikke (1) bekezdésének f) pontjában meghatározott végfelhasználók a kozmetikai termékek funkciójára, tartalmára és hatásaira vonatkozó állítások széles skálájával találkozhatnak. Mivel a kozmetikai termékek a végfelhasználók életében lényeges szerepet töltenek be, fontos annak biztosítása, hogy az állítások információtartalma hasznos, érthető és megbízható legyen, és lehetővé tegye számukra a körültekintő

<sup>5</sup> <http://www.oeti.hu/?m1id=4&m2id=87>

döntéshozatalt, valamint azt, hogy igényeiknek és elvárásaiknak a leginkább megfelelő termékeket választhassák.

- a közös kritériumokat a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EKG tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv), a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 2006. december 12-i 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, valamint más vonatkozó uniós jogszabályok sérelme nélkül kell alkalmazni.
- a végfelhasználóknak szóló üzenetek esetében rugalmas megközelítést kell alkalmazni, a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezők figyelembevételével, valamint az európai gazdasági ágazat innovációjának és versenyképességének megőrzése érdekében. Ez a megközelítés összhangban van a Bíróság által kimondott elvekkkel, amely több ízben kifejtette, hogy annak meghatározásához, hogy egy állítás megtévesztheti-e a fogyasztót, mérlegelni kell a fogyasztó elvárásait, az állítás adott szöveggörnyezetének és körülményeinek figyelembevételével, ideértve a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is.

#### 19. A 655/2013/EU rendelet

- 1. cikke értelmében a rendelet a szövegek, nevek, védjegyek, képek és képi vagy egyéb jelek formájában feltüntetett állításokra alkalmazandó, amelyek a címkézés, a piaci hozzáférhetőség biztosítása és a reklámozás során explicit vagy implicit módon a kozmetikai termékek jellemzőire, illetve funkcióira vonatkoznak. A rendelet a használt médium, illetve marketingeszköz típusától, a termék állítólagos funkcióitól és a célcsoporttól függetlenül valamennyi állításra alkalmazandó,
- 2. cikke értelmében az EKR 4. cikkében meghatározott felelős személy biztosítja, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások szövegezése megfeleljen a rendelet mellékletében felsorolt közös kritériumoknak, és összhangban legyen a kozmetikai terméktől várt hatást igazoló dokumentációval, amelyet az EKR 11. cikkében előírt termékinformációs dokumentáció tartalmaz.

#### 20. A 655/2013/EU rendelet melléklete ekként határozza meg az alábbi elvek mentén a közös (tájékoztató) kritériumokat:

##### 1. A jogszabályok betartása

- Nem megengedett az arra hivatkozó állítás, hogy a terméket egy, az Unió területén található illetékes hatóság engedélyezte vagy elfogadta.
- Az állítás elfogadhatóságának a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos végfelhasználó megítélésén kell alapulnia, az adott piacra jellemző társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket figyelembe véve.
- Nem megengedettek az olyan állítások, amelyek azt sugallják, hogy egy termék különleges előnyt nyújt, miközben csupán arról van szó, hogy megfelel a minimális jogi követelményeknek.

##### 2. Hitelesség

- Amennyiben egy terméken feltüntették, hogy egy bizonyos összetevőt tartalmaz, a terméknek az összetevőt valóban tartalmaznia kell.

- Az egy bizonyos összetevő tulajdonságaira vonatkozó állítások nem sugallhatják azt, hogy a késztermék is ugyanazon tulajdonságokkal rendelkezik, amennyiben ez nem felel meg a valóságnak.
- A marketingtájékoztatók nem sugallhatják azt, hogy a véleménynyilvánítások bizonyított állítások, hacsak nincs valóban bizonyítható alapjuk.

### 3. Bizonyítékokkal való alátámasztás

- A kozmetikai termékekre vonatkozó, akár explicit akár implicit állításokat megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal kell igazolni, az alátámasztó bizonyítékok típusától függetlenül, ideértve szükség esetén a szakértői értékeléseket is.
- Az állításokat alátámasztó bizonyítékoknak figyelembe kell venniük a jelenlegi legkorszerűbb gyakorlatokat.
- Amennyiben az állításokat tanulmányokkal támasztják alá, ezeknek a termékhez és az állítólagos gyógyhatáshoz kell kapcsolódniuk, kellően megtervezett és kivitelezett (érvényes, megbízható és megismételhető) módszereket kell követniük, valamint etikai megfontolásokat is figyelembe kell venniük.
- A bizonyítékok szintjének meg kell felelnie az állítás típusának, különösen az olyan állítások esetében, amelyeknél a termék hatásának hiánya biztonságossági problémát okozhat.
- A kimondottan túlzó állításokat, amelyeket egy átlagos végfelhasználó nem szó szerinti értelemben használ (hiperbolák), vagy az absztrakt állításokat nem kell alátámasztani.
- Az olyan állításokat, amelyek az összetevő tulajdonságait (explicit vagy implicit módon) a késztermékre vetítik ki, megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal alá kell támasztani, például annak kimutatásával, hogy a termék az összetevőt hatékony koncentrációban tartalmazza.
- Az állítás elfogadhatóságának megítélése az összes tanulmány, adat és rendelkezésre álló információ bizonyító erején kell, hogy alapuljon – az állítás természetétől és az átlagos végfelhasználók általános ismereteitől függően.

### 4. Megbízhatóság

- A termék hatásának jellemzése nem lépheti túl a rendelkezésre álló alátámasztó bizonyítékokat.
- Az állítások nem tulajdoníthatnak az adott terméknek sajátos (például egyedülálló) tulajdonságokat, ha hasonló termékek azonos tulajdonságokkal rendelkeznek.
- Ha egy termék hatása bizonyos körülményektől függ, mint például más termékek együttes használatától, ezt világosan meg kell nevezni.

### 5. Méltányosság

- A kozmetikai termékekre vonatkozó állításoknak objektívnek kell lenniük, és nem kelthetik rossz hírét sem a konkurenciának, sem a legálisan használható összetevőknek.
- A kozmetikai termékekre vonatkozó állítások nem vezethetnek olyan helyzethez, hogy a terméket egy konkurens termékkel összetévezzék.

### 6. Körültekintő döntéshozatal

- Az állításoknak világosnak és az átlagos végfelhasználó számára érthetőnek kell lenniük.

- Az állítások szorosan a termékekhez tartoznak, és olyan információkat kell, hogy tartalmazzanak, amelyek lehetővé teszik az átlagos végfelhasználóknak, hogy körültekintően dönhessenek.
- A marketingtájékoztatóknak figyelembe kell vennie a célcsoport (az egyes tagállamok lakossága vagy lakosságainak csoportjai, pl. különböző korú és nemű végfelhasználók) abbéli képességét, hogy a tájékoztatót megértsék. A marketing tájékoztatóknak világosnak, pontosnak, relevánsnak és a célcsoport számára érthetőnek kell lenniük.

#### IV.

##### A vizsgált magatartás

21. A Procter & Gamble csoport Magyarországon 2014. január 1. és 2014. december 1. között
  - a Head & Shoulders termékcsaládot az „akár 100%-ig korpamentes haj” állítással a saját vállalati honlap, televíziós reklám, nyomtatott sajtó, Google AdWords, banner, display (termékek kihelyezésre szolgáló, figyelemfelkeltő állvány), attrap (asztalra, pultra, földre helyezhető, önállóan megálló reklámtábla);
  - a Head & Shoulders termékcsaládot a termékek piacelsőségére vonatkozó állítással („No.1. Világszerte\*”) saját vállalati honlap, televíziós reklám, nyomtatott sajtó, banner, display, attrap;
  - a Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall tagját a termékek hajhullást csökkentő hatására vonatkozó állításokkal a saját vállalati honlap, televíziós reklám, nyomtatott sajtó, Google AdWords, banner, display, attrap útján népszerűsítette.
22. A kifogásolt kereskedelmi gyakorlat és annak költségei kommunikációs eszközönként ismertetve (az állítások fenti sorrendjében) a Vj/115-69/2014. számú előzetes álláspont 1-3. számú mellékletben találhatóak.
23. A Procter & Gamble RSC Kft. (aki a versenyfelügyeleti eljárás korai szakában az adatszolgáltatásokat benyújtotta) a reklámállítások alátámasztására
  - az „akár 100%-ig korpamentes haj” állítás vonatkozásában három tanulmányt<sup>6</sup> és egy módszertani összefoglaló<sup>7</sup> dokumentumot csatolt,
  - a „No. 1 Világszerte” állítás vonatkozásában egy nemzetközi piackutató cég (Nielsen) által a Procter & Gamble csoport számára megküldött leveleket (az abban foglalt táblázatokat és egyéb állításokat kiemelve) mellékelte;<sup>8</sup>
  - a Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall tagjával kapcsolatban tett, annak hajhullást csökkentő hatására vonatkozó állítás vonatkozásában csatolt egy kutatás összefoglalót.<sup>9</sup>

<sup>6</sup> Vj/115-4/2014. számú irat E/9., E/10. és E/11. számú mellékleteként megküldött tanulmányok. A tanulmányok magyar nyelvű összefoglalóját a Vj/115-22/2014. számú irat E/9., E/10. és E/11. számú mellékletei tartalmazzák.

<sup>7</sup> Vj/115-4/2014. számú irat E/12. számú melléklete. A módszertani levél magyar nyelvű összefoglalóját a Vj/115-4/2014. számú irat és a Vj/115-22/2014. számú irat E/12. számú melléklete is tartalmazza.

<sup>8</sup> Vj/115-4/2014. számú irat E/13. számú melléklete. A levelezés magyar nyelvű összefoglalóját a Vj/115-22/2014. számú irat E/13. számú melléklete tartalmazza.

<sup>9</sup> Vj/115-35/2014. számú irat E/23. számú mellékleteként megküldött tanulmány. A tanulmány magyar nyelvű összefoglalóját szintén a Vj/115-35/2014. számú irat E/23. számú melléklete tartalmazza.

24. A magyar nyelvű összefoglalók kapcsán az eljárás alá vont kérte, hogy annak értékelése során a GVH vegye figyelembe, hogy azok az eredeti angol nyelvű dokumentumoknak a jelen eljárás szempontjából, az eljárás alá vont által legfontosabbnak vélt megállapításait csupán utalásszerűen tartalmazzák. A bizonyítékértékelés és a tényállás pontos tisztázása érdekében az eljárás alá vont kérte az eredeti angol nyelvű tanulmányok és szerződések figyelembe vételét, amelyekhez képest a magyar nyelvű összefoglaló csupán tájékoztató jellegűek.<sup>10</sup>
25. A fenti tanulmányok, összefoglalók, kutatási anyagok és levelezések mind üzleti titoknak minősülnek, azok releváns részeit a Vj/115-69/2014. számú előzetes álláspont a IV.2.1. – IV.2.3. pontjai összegzik.
26. A GVH a 2015. július 27-én kelt, Vj/115-40/2014. számú végzésével megkereste az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet (a továbbiakban: OGYÉI), Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet Főigazgatóságát, és eseti szakértőként rendelte ki az alábbi kérdések tisztázására:
- a) az eljárás alá vont vállalkozások által forgalmazott kozmetikai termékek népszerűsítésére szolgáló kommunikációs anyagokban alkalmazott, és az alábbiakban felsorolt állításokat egyrészt a csatolt vizsgálati anyagok hitelesen igazolják-e, másrészt ezen állítások a tudomány mai állása szerint alátámaszthatóak-e:
    - Head & shoulders termékcsalád vonatkozásában: „Akár 100%-ig korpamentes haj”
    - Head & shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall termékei vonatkozásában: „hatékonyan csökkenti a hajhullást”, „koffeintartalmú tonikkal erősíti a hajszerkezetet, így csökkenti a hajhullást\* \*töredezéssel összefüggésben”;
  - b) a férfiak körében a hajhullást milyen arányban okozza a korpásodás és annak kísérő tünetei; a férfiak körében a hajhullást túlnyomó részt a korpásodással függ-e össze vagy azt más tényezők okozzák; továbbá milyen kozmetikai szerek vagy gyógyszerek állnak rendelkezésre a különböző okok kezelésére;
  - c) a kozmetikai termékek körében végzett kutatásoknak és klinikai teszteknek milyen formai követelményeknek kell megfelelniük, különös tekintettel a 2013. július 10-i 655/2013/EU bizottsági rendelet mellékletében szereplő Közös Kritériumok 3. Bizonyítékokkal való alátámasztás pontjában foglalt követelményekre is; valamint
  - d) a kommunikációs anyagokban közölt eredmények általánosíthatóak-e kortól és rassztól függetlenül.
27. A GVH azon kérdésére, hogy a Head & Shoulders termékcsalád népszerűsítésére szolgáló kommunikációs anyagokban alkalmazott „Akár 100%-ig korpamentes haj” állítást a csatolt vizsgálati anyagok (Vj/115-4/2014. számú adatszolgáltatás E/9.-E/12. számú melléklete) hitelesen igazolják-e, másrészt ezen állítás a tudomány mai állása szerint alátámasztható-e, az OGYÉI előadta, hogy „[a]z E/12 melléklet klinikai tanulmányát megismerve/értékelve a Head & Shoulders (1%ZPT) termékcsalád vonatkozásában elfogadható, hiteles igazolásnak tartjuk az „Akár 100%-ig korpamentes haj” állítás bizonyítására. A tanulmány alapján az állítás pontosítását/kiegészítését javasoljuk rendszeres folyamatos használat mellett értelmű szöveggel, még a magas tudatossági szintű felhasználói kör esetén is.”
28. A GVH azon kérdésére, hogy a Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall termékei népszerűsítésére szolgáló kommunikációs anyagokban alkalmazott „hatékonyan csökkenti a hajhullást”, „koffeintartalmú tonikkal erősíti a hajszerkezetet, így csökkenti a hajhullást\*, \*töredezéssel összefüggésben” állításokat a csatolt vizsgálati anyagok (Vj/115-35/2014. számú adatszolgáltatás E/23. számú melléklete) hitelesen igazolják-e, másrészt ezen állítások a

<sup>10</sup> Vj/115-22/2014. számú irat

tudomány mai állása szerint alátámaszthatóak-e, az OGYÉI előadta, hogy szakvéleménye szerint „[a]z E/23 mellékletben hivatkozott szakmai cikkek tanulmányozása alapján megállapítjuk, hogy a Head & Shoulders Anti-Hair-Fall termékek vonatkozásában nem bizonyítják egyértelműen meggyőző, hiteles módon az alábbi állításokat: „hatékonyan csökkenti a hajhullást”, „koffeintartalmú tonikkal erősíti a hajszálakat, így csökkenti a hajhullást\*, \*a töredezéssel összefüggésben”.”

29. Szakvéleménye indokolásául előadta, hogy „a hajtöredezés okozta hajhullás elleni védő hatásból nem lehet következtetni és biztosan állítani a hajhullás csökkenését, annak számos egyéb, ismert kiváltó okára is tekintettel. A koffein fejbőrön való alkalmazása a fejbőr hidratációját javítja, de hajszál minősége/erőssége közötti közvetlen hatást alátámasztó adat nincs. A tudomány mai állása szerint a korpásodásra ajánlott kozmetikumok hatékonyságának és a hajhullás mértékének vizsgálatára nemzetközileg elfogadott/alkalmazott megbízható, megismételhető releváns módszerek vannak. A korpásodás kiváltó oka és folyamata miatt véglegesen nem szüntethető meg, mert a genetikai/alkati hajlamon túl a kialakulásáért leginkább felelős mikroorganizmusok (elsősorban a *Malassezia globosa*) a normál hajas fejbőrön is jelen vannak, együtt élünk velük.”
30. A GVH azon kérdésére, miszerint a férfiak körében a hajhullást milyen arányban okozza a korpásodás és annak kísérő tünetei; a férfiak körében a hajhullást túlnyomó részt a korpásodással függ-e össze vagy azt más tényezők okozzák; továbbá milyen kozmetikai szerek vagy gyógyszerek állnak rendelkezésre a különböző okok kezelésére; az OGYÉI a következő szakvéleményt adta:

„A korpásodás előfordulási gyakorisága a teljes populációban változó, elfogadott az a feltevés, hogy a felnőtt emberek közel 50%-a szenved a korpásodástól, a legújabb tanulmányok szerint ez az arány magasabb is lehet. A korpásodás a férfiaknál gyakrabban fordul elő, a hajhullásra való genetikai hajlammal együttesen jelentkezik.

A férfi nemi hormon a tesztoszteron stimulálja a faggyúmirigyek működését, ami korpásodáshoz vezet, másrészt negatívan hat a hajhagymákra, melyek örökletesen is károsodottak, így felgyorsíthatja a hajhullást.

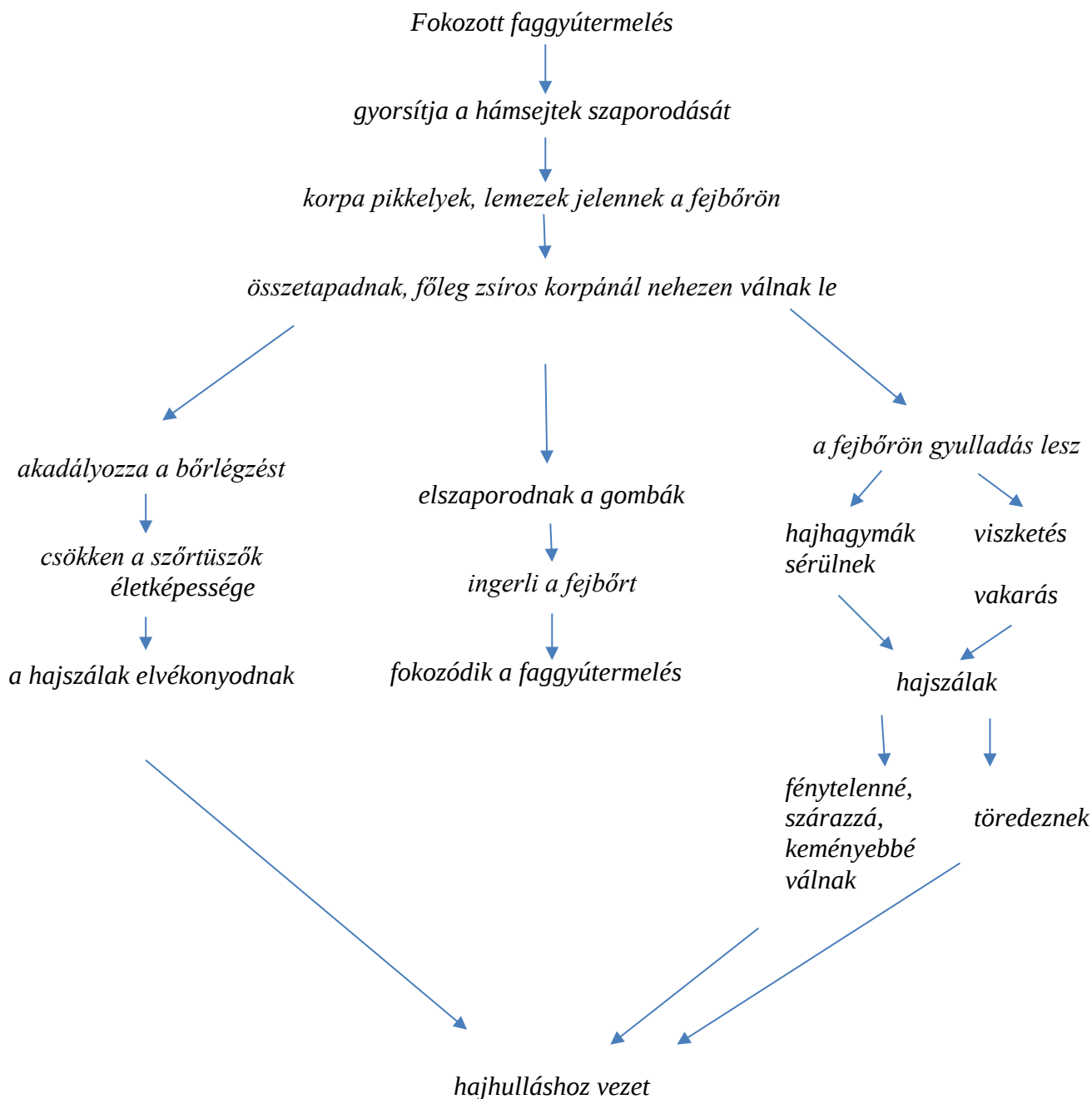
A férfiak hajhullása 80%-ban androgenetikus eredetű.

A férfiak körében a hajhullás túlnyomó részben a korpásodással hozható összefüggésbe.

A korpásodás az androgén hajhullást fokozhatja.

A korpásodásnak, mértékétől függően számos kísérő tünete, káros hatása van.

A korpásodás folyamatát, társuló tüneteit az alábbiakban szemléltetjük.



A korpásodás alapvetően a fejbőr nehezen kezelhető kozmetikai elváltozása, következésképpen megfelelő hatóanyag tartalmú készítmények, pl.: sampon, balzsam, szérum, pakolás folyamatos/rendszeres használatával jelentősen lassítható a folyamat, a kísérő tünetek csökkenthetők, átmenetileg megszüntethetők.

A korpásodás súlyos változata a fejbőr betegsége helyi és/vagy belsőleges vényköteles, ill. OTC gyógyszeres kezelést igényel. A korpásodás krónikus állapot, ezért a sikeres terápia után a kezelés megszűnésével a folyamat újra kezdődik.

A kozmetikumok és a gyógyszerek egyaránt a következő típusú hatóanyagokat tartalmazhatják: faggyútermelés szabályozó, gombát pusztító, hámoldó, gyulladás csökkentő, viszketést csillapító, hűsítő, hajszálvédő, hajhagymát tápláló, hámregenerációt segítő, hajtüszők működését serkentő.

Gyakori korpásodás elleni hatóanyagok: kén, szalicilsav, palakátrány, teafaolaj, ketokonazol, cinkpirition.”

31. A GVH azon kérdésére, miszerint a kozmetikai termékek körében végzett kutatásoknak és klinikai teszteknek milyen formai követelményeknek kell megfelelniük, különös tekintettel a 2013. július 10-i 655/2013/EU bizottsági rendelet mellékletében szereplő Közös Kritériumok 3. Bizonyítékokkal való alátámasztás pontjában foglalt követelményekre is; az OGYÉI előadta, hogy szakvéleménye szerint „[a] kozmetikum használatától ígért hatás, annak jellegétől függően bizonyítható:

- a termékkel a rendeltetésszerű felhasználás körülményei között folytatott humán klinikai objektív vizsgálat eredményeit a páciensek szubjektív érzetét is magában foglaló orvosi jelentéssel/tanulmánnyal,
- kozmetológiai, bőrfiziológiai, műszeres vizsgálat eredményét, az azon alapuló megállapításokat tartalmazó szakvéleménnyel.

Az orvosi jelentésben/tanulmányban és a szakvéleményben szerepelni kell legalább a hatás szempontjából fontos hatóanyag/ok nevének, mennyiségének, a vizsgálati módszernek, a tesztalanyok számának a bizonyítandó hatás tekintetében releváns jellemzőinek.”

32. A GVH azon kérdésére, miszerint a kommunikációs anyagokban közölt eredmények általánosíthatóak-e kortól és rassztól függetlenül, az OGYÉI előadta, hogy „[s]zakcikk szerint a korpásodásban faji/etnikai hajlam nem játszik lényeges szerepet. A fekete nők körében tapasztalt magasabb incidencia a hajviselési és a hajmosási szokásokra vezethető vissza. A kaukázusi, afrikai, ázsiai típusú haj szerkezetében lévő jelentős eltérések – átmérő, alak, kutikula lemezek szerkezete – miatt a korpásodás kísérő tünetei valószínűsíthetően jobban károsítják az afrikai és a kaukázusi típusú haját, mint az ázsiait. A korpásodás és a hajhullás férfiaknál/nőknél egyaránt szoros összefüggésben van a hormonális változással, ezért a kommunikációs anyagokban a korpásodással és hajhullással kapcsolatos állítások kortól nem függetlenek.”<sup>11</sup>

## V.

### Az eljárás alá vont vállalkozások előadása

#### Az eljárás alá vontak előadása a vizsgálati szakban

33. A Procter & Gamble RSC Kft. előadta, hogy „akár 100 %-ig korpamentes haj\*\*\*” állítás, – hangsúlyozva annak lábjegyzetét, ami a „\*\*a hajmosás előtti állapothoz képest” állítás – klinikai kutatásokkal, szakirodalmi álláspontokkal megfelelően alátámasztott. Az eljárás alá vont ismertette a Procter & Gamble csoport által követett metodológiát, illetőleg azon dokumentációt, amelyre a társaság a jelzett állítás megtételekor támaszkodott.<sup>12</sup>
34. A Procter & Gamble RSC Kft. előadta, hogy a mértékadó (a Vj/115-4/2014. számú irat E/9. számú mellékleteként megküldött) szakirodalom álláspontja szerint a korpa nem más, mint „az egyedileg megkülönböztethető bőrhám-darabok vizuálisan érzékelhető megjelenése a hajban, vagy ruházaton”. Az „akár 100%-ig korpamentes haj” állítás ennek megfelelően azt jelenti, hogy a termék akár (tipikus esetben) teljes mértékben eltünteti az emberi szem számára látható levált bőrhámot. Ezzel kapcsolatban az eljárás alá vont hivatkozott az általa csatolt kutatási anyagon belüli hámlási mutatóra. Az eljárás alá vont hivatkozott továbbá arra, hogy a GVH a Vj-4/2003.

<sup>11</sup> Vj/115-44/2014. számú irat

<sup>12</sup> Vj/115-4/2014. számú irat 19. pontja

számú határozatában is leszögezte, hogy „minden korpásodás elleni sampon tartalmaz olyan speciális korpásodás elleni hatóanyagot, amely teljesen eltávolítja a korpát”.<sup>13 14</sup>

35. Az eljárás alá vont előadta, hogy 2011 júliusa és 2012 júniusa, 2012 júliusa és 2013 júniusa, valamint 2013 júliusa és 2014 júniusa vonatkozásában is rendelkezik a Nielsen által rendelkezésére bocsátott adatokkal, amelyek a Head & Shoulders termék piacvezető pozícióját mutatják mind az érték-, mind a mennyiségi adatok tekintetében azon piacok vonatkozásában, melyekre a Procter & Gamble előfizetett (ezek a Nielsen által elemzett piacok kb. 95%-át teszik ki). A vizsgált országok körére a Procter & Gamble-nek semmilyen ráhatása nincs, az adatok a Nielsen globális felmérésének eredményei.<sup>15</sup>
36. A Procter & Gamble RSC Kft. hangsúlyozta, hogy a Nielsen egy globális piacelemző vállalat, amely valamennyi kontinensen, mintegy 100 országban tanulmányozza a fogyasztói szokásokat, és ennek megfelelően az FMCG<sup>16</sup> szektorban az egyik legmegbízhatóbb globális adatforrásnak tekintik.<sup>17</sup>
37. A Procter & Gamble a Nielsentől megszerzett adatokat semmilyen módon nem módosítja és azokkal kapcsolatban pótlólagos számításokat nem végez; mindössze levonja azokból a Head & Shoulders termék piaci pozíciójára vonatkozó releváns következtetéseket. Erre utal a „P&G számítása szerint, a Nielsen 2011 júliusa és 2012 júniusa közötti értékesítési adatai alapján” szövegrész, amelynek szó szerinti használata a Nielsen által megkövetelt arra az esetre, amennyiben az általa szolgáltatott adatok alapján a Procter & Gamble állításba foglalja az azokból levonható következtetéseket.<sup>18</sup>
38. A „No. 1 Világszerte” állítás megfogalmazásakor az eljárás alá vont figyelemmel volt a GVH Vj-2/2001. számú határozatára, amely megállapította, hogy a Nielsen-csoport „világszerte végez piackutatást”. A Nielsen által ilyen módon globálisan végzett (a Procter & Gamble által megrendelt) elemzésből az állapítható meg, hogy a Head & Shoulders termék valóban „No. 1 Világszerte”.
39. A Procter & Gamble RSC Kft. szerint a Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall termékeinek népszerűsítése során alkalmazott, a terméknek a hajhullás csökkentésére vonatkozó állítások alátámasztására mellékelt tanulmányból kitűnik, hogy az Anti Hair-Fall termékek hatékonyan csökkentik a mechanikus károsodás okozta töredezéssel, valamint a korpásodással összefüggő hajhullást.<sup>19</sup>
40. A Procter & Gamble RSC Kft. álláspontja szerint a vizsgálattal érintett állításai a valóságnak megfelelnek, empirikusan megfelelő módon alátámasztottak, és nem tartalmaznak valótlan információt. Ennek megfelelően a vizsgált kereskedelmi kommunikáció nem minősül jogszabálysértőnek.<sup>20</sup>

<sup>13</sup> Vj/115-4/2014. számú irat 20. pontja

<sup>14</sup> Vj/115-4/2014. számú irat 21. pontja

<sup>15</sup> Vj/115-4/2014. számú irat 23. pontja

<sup>16</sup> Fast moving consumer goods, azaz a mindennapi fogyasztási cikkek rövidítése.

<sup>17</sup> Vj/115-4/2014. számú irat 24. pontja

<sup>18</sup> Vj/115-4/2014. számú irat 25. pontja

<sup>19</sup> Vj/115-35/2014. számú irat 9-10. pontja és E/23. számú melléklete. Az E/23. számú melléklet tartalmazza az angol nyelvű tanulmányt, valamint a tanulmány releváns részeinek magyar nyelvű összefoglalóját.

<sup>20</sup> Vj/115-4/2014. számú irat 30. pontja

### Az eljárás alá vontak előadása a versenytanácsi szakban

41. Az eljárás alá vontak a Vj/115-58/2014. számú vizsgálati jelentésbe történő betekintést követően jelezték kötelezettségvállalási szándékukat,<sup>21</sup> majd részletesen kidolgozott vállalásokat<sup>22</sup> nyújtottak be, amelyet a versenyfelügyeleti eljárásban tartott tárgyalás zárt részében<sup>23</sup> és a Vj/115-81/2014. számú irattal kiegészítettek. A részletes kötelezettségvállalási nyilatkozathoz az eljárás alá vontak csatolták továbbá az Anti Hair-Fall termékekkel kapcsolatban benyújtott összefoglaló publikációkkal és egyéb dokumentumokkal kiegészített – eredeti, angol nyelvű – verzióját.
42. Az eljárás alá vontak a kötelezettségvállalási nyilatkozatukat indokolták, részletesen ismertették annak egyes elemeit és az egyes elemek igazolási mechanizmusait, továbbá előadták a nyilatkozatuk elfogadása mellett szóló érveket is.<sup>24</sup>
43. A kötelezettségvállalásra tekintet nélkül az eljárás alá vontak – a Vj/115-69/2014. számú előzetes álláspontra tett észrevételeikben<sup>25</sup> – kifejtették azon álláspontjukat, hogy a Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall termékei vonatkozásában megfogalmazott kommunikáció nem ütközik az Fttv. 3. § (1) bekezdésébe, illetve 6. § (1) bekezdés b) pont bj) alpontjába, így indítványozták, hogy az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást szüntesse meg.
44. Az észrevételek mellékleteként az eljárás alá vontak egy bőrgyógyász-kozmetológus szakvéleményét csatolták, amely szakvélemény az OGYÉI egyes megállapításaira reflektál, jelezvén, hogy az adott pontok esetén mely (további) tényezők, illetve tények figyelembe vétele szükséges a megállapítások helyes értelmezéséhez.
45. Az eljárás alá vontak vitatták, hogy az általuk alkalmazott kereskedelmi gyakorlatban általánosságban állították volna, hogy az érintett termékek „egészségre gyakorolt kedvező - hajhullást csökkentő – hatásúak” lennének: ugyanis azt állították, hogy a hajtöredezettséggel (illetve korpásodással) összefüggésben álló, ezáltal okozott hajhullást (és nem a hajhullást általában) csökkentik. Ezt az állítást azonban alátámasztja a csatolt összefoglaló, amely számos klinikai teszten keresztül bizonyítja az állítás valóságtartalmát.
46. Az eljárás alá vontak álláspontja szerint minden esetben a fogyasztók által érzékelt kereskedelmi üzenet részévé vált, hogy a hajtöredezettséggel (illetve korpásodással) összefüggésben álló, az által okozott hajhullás csökkentéséről (illetve annak ígéretéről) van szó. Ebben a körben az eljárás alá vontak utaltak a vonatkozó versenytanácsi gyakorlatra, így arra, hogy számos reklámeszköz esetében az apró betűs, a hosszabb terjedelmű vagy a kevésbé hangsúlyosan szereplő üzenetek is érzékelhetőek a fogyasztók számára (pl. nyomtatott sajtó, bannerek, beltéri plakátok, beltéri promóciós anyagok, internetes felületek),<sup>26</sup> illetve hogy önmagában nem minősül jogsértőnek, ha valamely információ a tájékoztatásban szereplő más közléseknél kisebb betűkkel kerül megjelenítésre. Kizárólag a kommunikációs eszköz, illetve az információ jellegének értékelésével dönthető el, hogy az apró betű használatával megjelenített információ (mint hiányos tájékoztatás) alkalmas-e a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására.<sup>27</sup>
47. Az eljárás alá vontak kiemelték továbbá, hogy

<sup>21</sup> Vj/115-72/2014. számú irat

<sup>22</sup> Vj/115-73/2014. számú irat

<sup>23</sup> Vj/115-77/2014. számú irat

<sup>24</sup> Az elfogadásra került vállalások körében a Vj/115-81/2014. számú irat releváns az igazolási mechanizmusok kapcsán.

<sup>25</sup> Vj/115-76/2014. számú irat

<sup>26</sup> Vj-119/2010. és Vj-63/2011. számú versenyfelügyeleti eljárásokban hozott határozatok

<sup>27</sup> Vj/9/2014. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat

- a spotban fiatal, egészséges, huszonéves férfiak és nők szerepelnek, megjelenésükben nem keltik azt a látszatot, mintha bármilyen betegségben, különösen nem, hogy kóros vagy genetikai okokra visszavezethető kopaszodástól szenvednének,
- a spot legelején elhangzó üzenet értelmében („olykor a megritkult haj miatt láthatatlannak érezheted magad”) a hirdetés nem patológiás mértékű hajhullásról szól, hanem hajritkulásról, fiatal, egészséges férfiak és nők körében,
- a 20 másodperces reklámfilmben 5 másodperc időtartamban jól láthatóan került feltüntetésre a „töredezéssel összefüggésben” felirat, egy időben az érintett termékek hajhullás elleni hatékonyságának bemutatásával,
- a reklámban szereplő fiatal férfi fejbőrének azon része, amelyre szór a tonikból hajjal sűrűn fedett, így a spot továbbra sem kelti azt a látszatot, hogy valamennyi típusú (pl. genetikai) hajhullás csökkentésére alkalmas lehetne a termék,
- a hajhullás csökkentése mellett a reklámban hangsúlyos üzenetként szerepel a haj erősítése és a korpamentes hatás is - ezeknek a hatásoknak az együttesét elemzi az eljárás alá vont által csatolt összefoglaló anyag is, és igazolja, hogy az ápolat, korpamentes haj kevésbé töredezik és kevésbé is hullik,
- semmilyen utalás nincs kóros tünetekre, betegségekre, hajnövekedés gyorsításra stb. a reklámban.

48. Az eljárás alá vontak kiemelték, hogy az összefoglaló tanulmány is egyértelműen rögzíti, hogy az a „korpásodással és hajtöredezéssel összefüggő hajhullásra”, más néven a „kozmetikai hajhullásra” vonatkozik. Nem ilyen típusú hajhullás a genetikai eredetű, illetve az öregedéssel összefüggő hajhullás sem, azonban a nem „kozmetikai” típusú hajhullási okokra nem vonatkozik sem az összefoglaló anyag, sem pedig a vizsgált kereskedelmi gyakorlat.
49. Az eljárás alá vontak kiemelték továbbá az OGYÉI állásfoglalásából azon megállapításokat, amely alátámasztják az összefoglaló anyag azon következtetését, hogy a „kozmetikai” típusú hajhullási okok megszüntetésével csökkenthető a hajhullás ezen típusa:

| OGYÉI megállapítás                                                                                                                                                                                                           | Az összefoglaló anyagra való visszacsatolás                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A férfiak körében a hajhullás túlnyomó részben a korpásodással hozható összefüggésbe. A korpásodás az androgén hajhullást fokozhatja.                                                                                        | Mivel az érintett termékek igazoltan akár 100% korpamentességet biztosítanak (látható korpá, rendszeres használat esetén), így hajhullás-csökkentő hatásukat valójában az OGYÉI vélemény is megerősíti. |
| A korpásodásnak, mértékétől függően számos kísérő tünete, káros hatása van, így például hajhulláshoz vezethet.                                                                                                               | Az OGYÉI véleményben szereplő ábra részletesen bemutatja, hogy a korpásodás miként vezethet hajtöredezéshez, végül hajhulláshoz, így megerősíti az összefoglalóban írtakat.                             |
| A megfelelő hatóanyag tartalmú készítményekkel (pl. cink-pyritrion) jelentősen lassítható a korpásodás folyamata, ezáltal a kísérő tünetek (pl. a hajtöredezés és a hajhullás) csökkenthetők és átmenetileg megszüntethetők. | Az érintett termékek cink-pyritriont tartalmaznak, így az említett hatékonysággal rendelkeznek.                                                                                                         |

50. Az eljárás alá vontak által benyújtott összefoglaló tanulmány levezetése a „kozmetikai” típusú hajhullási okokra vonatkozóan a következő:

- A korpás fejbőrön gyulladások jelenhetnek meg, aminek negatív hatása van a hajminőségre, a haj elvékonyodhat, és felülete érdessé válhat. Ezt előzi meg az érintett termékcsalád cink-pyrithion tartalmú samponja azáltal, hogy a korpát előidéző *Malessezia globosa* gombát elpusztítja;
- A fejbőrviszketés, illetve az ezzel járó vakarás, mint a korpásodás kísérő tünetei jelentős szerepet játszanak a hajtöredezettség kialakulásában. Ezeket a kellemetlen tüneteket hatásosan csökkentik az érintett termékek, aminek következtében csökken a hajtöredezettség;
- További kiváltó okai a töredezettséggel összefüggő hajhullásnak a mechanikus károsodások, a fésülés, formázás káros hatásai, ami ellen az érintett termékek szilikon tartalma nyújt védelmet;
- A hajtonik koffeint is tartalmaz, amely javítja a bőr hidratációját, szintén hozzájárulva az egészségesebb fejbőrhez.

51. Az eljárás alá vontak felhívták a figyelmet az általuk csatolt bőrgyógyász-kozmetológus vezető főorvos által készített szakértői véleményre is annak az alátámasztásaként, hogy az érintett termékek alkalmasak a „kozmetikai” típusú hajhullási okok megszüntetésére.

## VI.

### Jogszályi háttér

52. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogszályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.

53. Az Fttv. 2. §-ának

a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,

c) pontja rögzíti, hogy a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,

d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

e) pontja alapján kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,

h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

54. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása

során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés kimondja, hogy a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

55. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is.
56. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére - olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az áru lényeges jellemzői tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
57. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pont bj) alpontja szerint az áru lényeges jellemzője az áru egészségre gyakorolt hatása.
58. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése rögzíti, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
59. A Fttv. 14. §-a kimondja, hogy a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
60. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.
61. A Tpv. 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra – a Tpv. eltérő rendelkezése hiányában - a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni meghatározott kivételekkel. A Ket. 13. §-a (2) bekezdésének e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha a Tpv. vagy az Fttv. eltérő szabályokat nem állapít meg.
62. A Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja alapján a hatóság az eljárást megszünteti, ha hivatalból eljárásban a tényállás a határozat meghozatalához szükséges mértékben nem volt tisztázható, és további eljárási cselekménytől sem várható eredmény.
63. A Ket. 50. §-ának (1) bekezdése értelmében a hatóság köteles a döntéshozatalhoz szükséges tényállást tisztázni, s ha ehhez nem elegendőek a rendelkezésre álló adatok, hivatalból vagy kérelemre bizonyítási eljárást folytat le. A Ket. 50. §-ának (6) bekezdése szerint a hatóság a bizonyítékokat egyenként és összességükben értékeli, és az ezen alapuló meggyőződése szerint állapítja meg a tényállást. A bizonyítékok értékelésének főbb szabályai a következők a Ket. 50. §-a alapján: a hatóság szabadon választja meg az alkalmazandó bizonyítási eszközt [50. § (5)]

bekezdés], a hatóság olyan bizonyítékokat használ fel, amelyek alkalmasak a tényállás tisztázásának megkönnyítésére [50. § (4) bekezdés], bizonyíték különösen például a szakértői vélemény [50. § (4) bekezdés]. A Ket. 2. §-ának (3) bekezdése szerint a közigazgatási hatóság az eljárás során az érintett ügyre vonatkozó tényeket veszi figyelembe, minden bizonyítékot súlyának megfelelően értékeli, döntését valósághű tényállásra alapozza.

64. A Ket. 58. §-ának (1) bekezdés a) pontja szerint szakértőt kell meghallgatni vagy szakértői véleményt kell kérni, ha az eljáró hatóság nem rendelkezik megfelelő szakértelemmel, és az ügyben jelentős tény vagy egyéb körülmény megállapításához különleges szakértelem szükséges.
65. A Ket. 59. §-ának (1) bekezdése szerint a hatóság a szakértővel közli mindazokat az adatokat, amelyekre feladatának teljesítéséhez szüksége van. A szakértő az ügy iratait az eljárási feladatainak ellátásához szükséges mértékben megtekintheti, az ügyfél és a tanú meghallgatásánál, a tárgyaláson és a szemlén jelen lehet, az ügyfélhez, a tanúhoz, a szemletárgy birtokosához kérdéseket intézhet.
66. A Tptv. 76. §-a (1) bekezdésének c) pontja szerint az eljáró versenytanács határozatában a 75. § alapján a vállalkozást a kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezi.
67. A Tptv. 75. §-ának (1) bekezdése értelmében ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek hatékony védelme ilyen módon is biztosítható, az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé teheti a vállalat teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná. Ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott, a magatartás ismételt tanúsításának elkerülését biztosító átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vállalható kötelezettség.

## VII.

### Jogi értékelés

#### Az Fttv. alkalmazhatósága

68. Tekintettel arra, hogy természetes személy fogyasztóknak szóló üzenetek képezik a jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát, a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az Fttv. rendelkezései szerint értékelendő.
69. 2013. július 11-től jelentősen megváltozott (több tekintetben szigorodott) a kozmetikai termékek forgalmazásának és reklámozásának a szabályozása az európai gyakorlat egységesítése és a lehető legnagyobb fokú biztonság érdekében. A szabályozás változása azonban – különös tekintettel a 655/2013/EU rendeletben megfogalmazott ún. közös kritériumokra – érdemben nem érintette az egyes piaci szereplők kereskedelmi gyakorlataival szemben az Fttv. keretei között felállított elvárásokat.
70. Szükséges továbbá megjegyezni, hogy az EKR értelmében a közös kritériumokat a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv), és így az azt implementáló Fttv. sérelme nélkül kell alkalmazni.
71. Az EKR nemzeti végrehajtását a kozmetikai termékekről szóló 246/2013. (VII. 2.) Korm. rendelet (a továbbiakban: kormányrendelet) hivatott biztosítani. A kormányrendelet nemzeti hatóságként és Kozmetikai Toxikológiai Központként az Országos Élelmezés- és

Táplálkozástudományi Intézetet jelölte ki. A kormányrendelet 2015. március 1-től hatályos 4. §-a (1) bekezdésének d) pontja szerint az EKR-ben, valamint a kormányrendeletben foglalt szabályok betartásának hatósági ellenőrzését az EKR 20. cikk (1) bekezdése tekintetében az Fttv.-ben meghatározott hatóság az Fttv.-ben meghatározott szabályok szerint végzi, és hatáskörében eljár a rendelkezések megsértése esetén.

72. Az Fttv. 17. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv.-ben meghatározott hatóság jár el az Fttv. szerinti eljárásban akkor is, ha külön törvény vagy kormányrendelet, illetve az annak végrehajtására kiadott jogszabály vagy az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó rendelkezésének (külön jogszabályi rendelkezés) megsértése tekintetében külön törvény vagy kormányrendelet így rendelkezik. Az Fttv. 17. §-ának (2) bekezdése alapján ha az eljáró hatóság azt állapítja meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat a külön jogszabályi rendelkezést is megsérti, az Fttv.-ben meghatározott jogkövetkezmények mellett az (1) bekezdés szerinti külön törvényben, kormányrendeletben vagy az annak felhatalmazása alapján kiadott jogszabályban meghatározott bármely jogkövetkezményt alkalmazhatja, azzal, hogy bírságot a magasabb bírságösszeget lehetővé tevő rendelkezések szerint szab ki.
73. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás – az ügyindítás idejére is tekintettel – tehát az Fttv. egyes rendelkezései alapján értékelendő.<sup>28</sup> Azt, hogy az egyes, különböző hatásokat ígérő állítások mely jogszabályhely alapján vizsgálандóak, az a körülmény határozza meg, hogy azok mire, az emberi szervezet mely állapotára vagy milyen egyéb jellemzőre vonatkoznak.

#### Igazolási kötelezettség és a fogyasztói értelmezés viszonya

74. Az Fttv. 14. §-a rögzíti, hogy ha a vállalkozás a hatóság felhívására a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát nem igazolja, akkor ezt úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.
75. A kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát tehát a vállalkozás köteles igazolni. A kozmetikumok hatásainak az igazolása is a különös ágazati szabályokhoz igazodik, mivel ezen szabályok alapvetően befolyásolják, hogy a jogszerűen alkalmazható állítások igazolásának milyen módon kell megtörténnie.
76. Az eljáró versenytanács rögzíti, hogy egy reklámállításnak az igazolási kötelezettségre kiható értelmezése során nem bír jelentőséggel, hogy a vállalkozás a kifogásolt állítást miként értelmezi, a közléssel mit szeretett volna kifejezésre juttatni, mivel azt a fogyasztó szempontjából kell értelmezni.
77. A jelen ügyben az eljárás alá vontak részletes, sokrétű és teljeskörűen dokumentált vizsgálati anyagokat nyújtottak be a vizsgált állítások alátámasztására. Az eljáró versenytanács azonban kiemeli, hogy még a legmagasabb vizsgálati szakmai szttenderdekét követő kutatás eredményeit is lehet kifogásolható módon kommunikálni. A kozmetikai termékekre vonatkozó különböző hatásállítások vizsgálatának ugyanis két mozzanata van:
- egyrészt azt szükséges értékelni, hogy a kereskedelmi gyakorlatbeli állításokat alátámasztó bizonyítékok elfogadhatóak-e (az ágazati, illetve a statisztikai/matematikai elvárásoknak, iránymutatásoknak megfelelőek, a bizonyítékok milyen szintjét jelentik, ellenőrizhetőek, megismételhetőek stb.),

<sup>28</sup> 2015. március 1-jét követően indult versenyfelügyeleti eljárásokban kozmetikai termékek esetében az Fttv.-s rendelkezések mellett az EKR is közvetlenül alkalmazandó.

- másrészt azt kell vizsgálni, hogy a hiteles, nem kifogásolható bizonyítékok tartalma megfeleltethető-e a vizsgált kereskedelmi gyakorlatnak: azaz az egyes eredmények interpretálása a fogyasztói értelmezés szempontjából megfelelő-e (nem érthető-e félre).
78. Az eljáró versenytanács az utóbbi tényező körében utal arra, hogy az Fttv. (illetve az EKR) alkalmazásakor figyelemmel szükséges lenni a 655/2013/EU rendelet mellékletében meghatározott közös (tájékoztatási) kritériumokra, amelyekre egyebekben a joggyakorlat az Fttv. alkalmazása körében egyébként (ágazattól függetlenül) is figyelemmel van, azaz például
- az alkalmazott állítás elfogadhatóságának a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő átlagos végfelhasználó megítélésén kell alapulnia, az adott piacra jellemző társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket figyelembe véve,
  - az állítás elfogadhatósága körében az állítás természetét és az átlagos végfelhasználók általános ismereteit is figyelembe kell venni,
  - a termék hatásának jellemzése – a lehetséges fogyasztói értelmezésre tekintettel – nem lépheti túl a rendelkezésre álló alátámasztó bizonyítékokat,
  - az állításoknak objektívnak, világosnak, pontosnak, relevánsnak és az átlagos végfelhasználó számára (különösen pedig a célcsoport számára) érthetőnek kell lenniük, olyan információkat kell, hogy tartalmazzanak, amelyek lehetővé teszik az átlagos végfelhasználóknak, hogy körültekintően dönhessenek.
79. Az Fttv. 6. §-ának sérelme kapcsán tovább szükséges a fogyasztói döntés torzítására való alkalmasságot is értékelni, amely tényező azonban szükségképpen fennáll, amennyiben a vizsgált – és tartalmát tekintve kifogásolható – állítás az érintett termék egy releváns jellemzőjére (azaz például a hatására) vonatkozik.
80. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a különböző piacokon benyújtható bizonyítékok valamiféle struktúrát alkotnak, hierarchikus viszonyban állnak egymással. Kétségtelen, hogy a termék-specifikus (és értelemszerűen mind szakmai, mind statisztikai-matematikai szempontból megalapozott, valamint időszerű, azaz a kereskedelmi gyakorlatot megelőző, de nem túl régi) kutatások bírhatnak a legerősebb bizonyító erővel, de egyes piacokon éppen a piaci sztenderdek, az innovációs és a kutatás-fejlesztési tevékenység miatt a felhasználók által elérhető márkatermék tesztelés nem lehetséges: ilyen helyzetekben az egyenértékűségi (ekvivalencia) tanúsítványok gyakorlatilag a termék-specifikus tesztelést hivatottak igazolni.
81. A hiteles bizonyítékként szóba jöhető dokumentumok hierarchiája a következő:
- a felhasználásra kész kozmetikum vizsgálati adatait és eredményeit, azok értékelését tartalmazó gyártói termék katalógusok vagy prospektusok (azaz gyártói termék-specifikus leírás), szakorvosi jelentések, szakvélemények,
  - a kozmetikumban levő összetevők vizsgálati adatait és eredményeit, azok értékelését tartalmazó gyártói termék katalógusok vagy prospektusok, szakorvosi jelentések, szakvélemények,
  - szakmai kiadványban publikált, szabályos felépítésű és teljes terjedelmű szakcikkek,
  - szakirodalmi hivatkozások a forrásanyag pontos megjelölésével és a hivatkozott rész idézésével.
82. A felhasználásra kész kozmetikum ígért hatékonyságát a gyártói termék-specifikus leírás mellett
- humán megfigyelésének objektív vizsgálati eredményeit és a páciensek szubjektív véleményét értékelő szakorvosi jelentés bizonyíthatja, illetve

- kozmetológiai, bőrfiziológiai vizsgálati módszert, eredményeit, a levont következtetéseket tartalmazó szakvélemény is igazolhatja.
83. A dokumentumok formai és tartalmi szempontból történő elfogadhatóságának megítélésénél lényeges szempont, hogy
- a dokumentum nem lehet frissebb, mint a vizsgált kereskedelmi gyakorlat,
  - a dokumentum nem lehet sokkal régebbi, mint a vizsgált kereskedelmi gyakorlat, hiszen az felvetheti, hogy a kereskedelmi gyakorlat kialakításakor a vállalkozás nem volt figyelemmel az adott piacra jellemző innovációra, fejlődésre, a piaci viszonyok változására,
  - a dokumentum egyértelműen a termékben lévő összetevőre, konkrétan a termékre (amely ebben a tekintetben az összetevőket és legalább a hatóanyag mennyiségét is jelenti), az azzal szoros alkalmazási módra vonatkozzon,
  - a természetes anyagoknál a pontos növényi részt és formát (pl. kivonat, olaj), valamint a mennyiséget is tekintetbe kell venni, azaz ezekre vonatkozóan is tartalmaznia kell a dokumentumnak információt, hivatkozásokat.
84. Általános tartalmú cikkek, közvetett hivatkozások, hiteles vagy pontos forrás nélküli online elérhető tartalmak, fogyasztói vagy akár szakemberi, de magánjellegű visszajelzések bizonyítékként nem fogadhatóak el a kozmetikumok esetében sem.
85. Az eljárás alá vontak által csatolt bizonyítékok súlya, jellege, tartalma nem hagy kétséget afelől, hogy az eljárás alá vontak a vizsgált kampányokat szakmai szempontból megalapozták, a piaci sztenderdeknek megfeleltek, az iránymutatásokat követték.
86. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza azonban azt is, hogy még a legalaposabb, a szakmai iránymutatásoknak legmegfelelőbb kutatás sem zárja ki, hogy a kutatási eredményeket interpretáló kereskedelmi gyakorlat jogsértő legyen. Ugyanis még a szakmai és a statisztikai/matematikai szempontból nem kifogásolható kutatási, tesztelési eredményeket is csak úgy lehet jogszerűen kommunikálni, hogy az a fogyasztókat ne tévessze meg. Az eljáró versenytanács az egyes kereskedelmi gyakorlatok értékelésekor ugyanis nem a piaci szereplők szándékait, hanem a lehetséges fogyasztói értelmezéseket értékeli: azt vizsgálja, hogy a rendelkezésre álló (az ágazati szabályoknak megfelelő, adott esetben akár egy szakhatóság által is elismert, nem kifogásolt) kutatások, klinikai vizsgálatok, tesztek eredményei megfeleltethetőek-e a kereskedelmi gyakorlat fogyasztói üzenetének.

#### Felelősség a kereskedelmi gyakorlatért

87. Az Fttv. 9. §-a alapján elsődlegesen azon vállalkozások felelőssége állapítható meg a közzétett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tekintetében, amelynek az értékesítés, eladásösztönzés közvetlenül érdekében áll. Az Fttv. tehát az ún. „érdek-elvet” tekinti a felelősség megállapíthatósága alapjának.
88. Az eljárás alá vont Procter & Gamble Magyarország Nagykereskedelmi Kkt. felelőssége megállapítható, hiszen a termék értékesítése révén - a bevétel okán - anyagi érdeke fűződik a vizsgált kereskedelmi gyakorlathoz.

#### Az eljárás tárgya, az érintett fogyasztói kör és az ügyleti döntés

89. A jelen eljárás – a vizsgálatot megindító végzés és a vizsgálatot kiterjesztő végzések által behatároltan – annak megállapítására irányul, hogy a Procter & Gamble 2014. január 1. és 2014. december 1. között

- nem kellően megalapozottan használt-e a Head & Shoulders elnevezésű termékcsaláddal kapcsolatosan közzétett kereskedelmi kommunikációjában a termékek hatékonyságára vonatkozó állításokat („*akár 100%-ig korpamentes haj\*\**”);
- nem kellően megalapozottan használt-e a Head & Shoulders elnevezésű termékcsaláddal kapcsolatosan közzétett kereskedelmi kommunikációjában a termékek piacelsőségére vonatkozó állításokat („*No.1. Világszerte\**”);
- nem kellően megalapozottan használt-e a Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall tagjával kapcsolatosan közzétett kereskedelmi kommunikációjában a termékek hatékonyságára, a hajhullást csökkentő hatására vonatkozó állításokat;

azaz megvalósította-e az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást.

90. A jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát tehát a Head & Shoulders márkanév alatt forgalmazott kozmetikai termékek népszerűsítése során alkalmazott egyes állítások, illetve azok megalapozottsága képezték.
91. Az érintett fogyasztók (korpásodásban és/vagy hajhullásban érintett személyek) kapcsán felmerült, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlatokban megjelenített életképek valamiféle kiszolgáltatott helyzetre, társadalmi interakciós problémákra utalnak. A célcsoport jellemzői körében azonban az eljáró versenytanács tekintettel volt az érintett fogyasztói kör széles és heterogén voltára, továbbá arra is, hogy a vizsgált reklámok kisarkították a megjelenített szituációt, továbbá a kereskedelmi gyakorlat tartalma, az ígért hatás sem utal beteg vagy kiszolgáltatott állapotra, ezért nem állapítható meg a címzetti kör egységesen sérülékeny volta, így az érintett fogyasztók tekintetében az értékelést az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése alapján végezte az eljáró versenytanács.
92. A kereskedelmi gyakorlat akkor megtévesztő, ha alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására.
93. Kiemelendő (összhangban az Fttv. indokolásával), hogy az ügyleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a szükségletét és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást választja szükséglete kielégítésére.
94. Az eljáró versenytanács utal ebben a körben az Európai Bíróság egy előzetes döntéshozatal iránti kérelem kapcsán 2013. december 19-én hozott ítéletére<sup>29</sup>, melynek megállapítása szerint az ügyleti döntés fogalma alá tartozik nem csupán az arra vonatkozó döntés, hogy a fogyasztó megvásároljon-e vagy sem egy terméket, hanem „*az ilyen döntéssel közvetlen kapcsolatot mutató döntésre is, például arra vonatkozólag, hogy a fogyasztó belépjen-e az üzletbe.*”
95. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, keresi annak termékét.

<sup>29</sup> Az Európai Bíróság ítélete a C-281/12. számú ügyben.

96. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában hangsúlyozni szükséges, hogy a Procter & Gamble a Head & Shoulders termékcsaládját a korpásodás elleni samponok piacára pozícionálta: ennek tényét és a választott piacon belül elfoglalt helyét világszerte hangsúlyozza a márka reklámozása során.
97. A Procter & Gamble az „akár 100%-ig korpamentes haj” és a „No.1. Világszerte” állításokkal azt az üzenetet közvetíti a célcsoportjának, hogy termékeivel a korpásodás szinte teljes mértékben megszüntethető, ennek garanciája pedig az, hogy az egész világon annyi fogyasztó dönt a termékek használata mellett, hogy piacvezető terméké vált a korpásodás elleni samponok piacán.
98. A Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall tagjának népszerűsítésére használt állítások továbbá azt ígérik a fogyasztóknak, hogy a sampon és a tonik a korpásodáson túl a hajhullás ellen is sikeresen alkalmazhatóak.

#### Az „akár 100%-ig korpamentes haj\*\*” állítás értékelése

99. Azon szakkérdés eldöntésére, hogy a Head & Shoulders termékcsalád vajon akár 100%-ban, azaz szinte teljes mértékben képes-e megszüntetni a korpásodást, a GVH eseti szakértőt rendelt ki. Általánosságban szükséges megjegyezni, hogy a szakkérdések nem az egyes állítások Fttv. szempontú megítélésére, a fogyasztói értelmezés feltárására, hanem a benyújtott bizonyítékok szakmai helyénvalóságára, az eredmények tényleges tartalmára irányultak alapvetően. Az egyes állítások Fttv. szerinti értékelése nem pusztán a szakértői nyilatkozatokon nyugszik.
100. Az OGYÉI szakvéleménye szerint a Procter & Gamble által benyújtott tanulmány elfogadható, hiteles igazolás az „akár 100%-ig korpamentes haj” állítás bizonyítására.
101. Az OGYÉI emellett az állítás pontosítását javasolta a „rendszeres/folyamatos használat mellett” értelmű szöveggel, még a magas tudatossági szintű felhasználói kör esetén is. Ezzel kapcsolatosan az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az állítást a vizsgált kommunikációs eszközön csillaggal jelzett, „\*\*rendszeres használat esetén” szövegezésű, kisebb betűmérettel szerepeltetett kiegészítő, magyarázó szöveg (lábjegyzet) kíséri. Ez a lábjegyzet a nyomtatott sajtóhirdetések, a honlapon közzétett tájékoztatás, a Google AdWords, a banneres, az attrap és a display reklámok esetében jól észlelhetőek, a fogyasztói üzenet részévé válnak. A televíziós reklámok esetében – a reklámeszköz információáteresztő képessége révén – nehezebben észlelhető a lábjegyzet, ezt a fogyasztó a reklám észlelésének sajátosságaiából adódóan nem szükségszerűen tekinti meg.
102. Az eljáró versenytanács ugyanakkor – figyelemmel a lehetséges fogyasztói értelmezésre is – tekintettel van arra is, hogy a rendszeres használat is különböző jelentéseket hordozhat, illetve életszerűen a fogyasztó használja a probléma megszüntetése céljából vásárolt sampont és/vagy kondicionálót, és így egy flakonnyi kozmetikum felhasználása tekinthető rendszeres használatnak. Ekként azonban a rendszeres használat, mint feltétel esetlegesen hiányolt (a televíziós reklámokban nem észlelhető) voltára, az „akár” állítás feltételes tartalmára, illetve a lehetséges fogyasztói értelmezésre és szokásokra is tekintettel a vizsgált szlogen ügyleti döntés befolyásolására való alkalmasság nem állapítható meg egyértelműen.
103. Mindezek alapján az eljáró versenytanács a Head & Shoulders termékcsalád népszerűsítése során alkalmazott „akár 100%-ig korpamentes haj” szlogen tekintetében a versenyfelügyeleti eljárást megszüntette a Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja alapján.

#### A piacelsőségre utaló „No.1. Világszerte\*” állítás értékelése

104. A „No.1. Világszerte\*” állítást a csillaggal jelzett lábjegyzet az alábbiakkal egészíti ki:
  - „\*a P&G számítása, a Nielsen 2011. július – 2012. június közötti időszakra vonatkozó eladási adatai alapján”, vagy

- „\*a P&G számítása, a Nielsen 2012. július – 2013. június közötti időszakra vonatkozó eladási adatai alapján”, vagy
- „\*a P&G számítása, a Nielsen 2012. július – 2014. június közötti időszakra vonatkozó eladási adatai alapján”.

105. A „No.1. Világszerte\*” állítás igazolásául a Procter & Gamble RSC Kft. a piackutató leveleit küldte meg, ezzel kívánta alátámasztani, hogy a Head & Shoulders termékcsalád a világpiacon mindenhol első helyen áll mind eladott mennyiség, mind értékbeni részesedés alapján, azaz piacvezető pozíciót tölt be.
106. Mivel a Nielsen által szolgáltatott adatok alapján – a Nielsen egyes megjegyzéseire<sup>30</sup> is tekintettel – a Head & Shoulders termékek kapcsán nem nyert igazolást, hogy jogsértő a „No.1. Világszerte\*”, \* a P&G számítása, a Nielsen [...] közötti időszakra vonatkozó eladási adatai alapján” üzenet. Mivel a jogsértés (illetve a jogsértés hiánya egyértelmű) megállapításához szükséges információk jelen eljárásban nem állnak rendelkezésre, és azok beszerzése az eljárás folytatása esetén sem várható, ezért az eljáró versenytanács az eljárást – ezen szlogen tekintetében is – a Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja alapján megszünteti.

A Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall tagjával kapcsolatban tett, annak hajhullást csökkentő hatására vonatkozó állítás értékelése

107. Az Anti Hair-Fall termékek kapcsán a vizsgált kereskedelmi gyakorlat azt is ígérte, hogy hatékonyan csökkenti a hajhullást. Egyes kereskedelmi gyakorlatban arra is történik utalás kisebb betűvel, hogy a hajtöredezéssel összefüggésben fellépő hajhullás esetén.
108. Azon szakkérdés eldöntésére, hogy a Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall tagjának használatától várható-e a hajhullás mértékének csökkentése, a GVH szintén eseti szakértőként rendelte ki az OGYÉI-t.
109. Az OGYÉI az összefoglaló anyagban hivatkozott szakmai cikkek tanulmányozása alapján megállapította, hogy a Head & Shoulders termékcsalád Anti Hair-Fall termékei népszerűsítésére szolgáló kommunikációs anyagokban alkalmazott „hatékonyan csökkenti a hajhullást”, „koffeintartalmú tonikkal erősíti a hajszájakat, így csökkenti a hajhullást”, \*töredezéssel összefüggésben” állításokat a csatolt vizsgálati anyagok nem bizonyítják egyértelműen meggyőző, hiteles módon.
110. A Ket. 50. §-ának (6) bekezdésében adott felhatalmazás alapján – amelynek értelmében a hatóság a bizonyítékokat egyenként és összességükben értékeli, és az ezen alapuló meggyőződése szerint állapítja meg a tényállást, – az eljáró versenytanács a szakértő által adott véleményre adott eljárás alá vonti észrevételeket és szakértői álláspontot is megvizsgálta.
111. Tekintettel azonban a következő körülményekre és figyelemmel a GVH elnökének és a GVH Versenytanácsa elnökének 6/2014. számú közleményére a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult eljárásokban tett kötelezettségvállalásról (a továbbiakban: Közlemény),<sup>31</sup> az eljáró versenytanács arra a megállapításra jutott, hogy a jelen döntés rendelkező részében foglalt vállalásokkal az Anti Hair-Fall termékekkel kapcsolatban alkalmazott „hatékonyan csökkenti a hajhullást” típusú állítások miatt felmerülő esetleges fogyasztóvédelmi-versenyfelügyeleti aggályok orvosolhatóak, ekként a közérdek hatékony védelme biztosítható, így az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé tette ezen vállalások teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná.

<sup>30</sup> A megjegyzéseket a nem betekintheső, Vj/115-69/2014. számú előzetes álláspont 35-38. és 104-107. pontjai tartalmazzák

<sup>31</sup> [http://www.gvh.hu/data/cms1029497/fogyasztos\\_kotelezettsegvallalas\\_kozlemenye\\_2014\\_10\\_06.pdf](http://www.gvh.hu/data/cms1029497/fogyasztos_kotelezettsegvallalas_kozlemenye_2014_10_06.pdf)

112. A Közlemény iránymutatást ad az Fttv. alapján értékelt magatartásokkal kapcsolatos kötelezettségvállalások értékelése tekintetében. Egy kötelezettségvállalási nyilatkozat elbírálása során az adott ügyben eljáró versenytanács – a Tpv. 75. §-ában foglalt azon általános kérdésen túl, hogy közérdek hatékony védelme biztosítható-e a kötelezés és a versenyfelügyeleti eljárás ekként történő lezárása révén – a Közleményben megjelenő, a kötelezettségvállalási nyilatkozat elfogadása mellett és ellene szóló körülményeket összességében értékeli.
113. Általánosságban elmondható, hogy a benyújtott kötelezettségvállalás tartalma valóban a jelen ügyben előzetesen azonosított problémákra reflektál, így nem tekinthető öncélúnak vagy a jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyától függetlennek.
114. Megállapítható továbbá, hogy a jelen ügyben vizsgált magatartás nem sérülékeny fogyasztókat célzott, valamint nem tekinthető sem költségét, sem az elért releváns árbevétel tekintve kiemelkedő súlyúnak, a kampány nem minősíthető intenzívnek vagy kiterjedtnek.
115. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben különösen lényegesnek találta azt a körülményt, hogy az eljárás alá vontak magatartása (kétséges megítélésű terméknév kivezetése a piacról) iránymutató lehet a többi piaci szereplő számára is, megerősítve azt a joggyakorlatot (és ebben a tekintetben túlmutat a vállalat a jelen ügyben vizsgáltakon is), hogy egy termék elnevezése vagy logója is kereskedelmi gyakorlatnak minősül, amely üzenetet hordoz a fogyasztók számára és amely ekként akár torzító hatású is lehet.
116. A kötelezettségvállalás tartalma és a vállalat egyéb körülményei alapján a jelen ügyben tehát az alábbi körülmények szóltak a vállalat elfogadása mellett:
- az eljárás alá vontak a kötelezettségvállalási nyilatkozat megtételét megelőzően felhagytak a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal, és a magatartás ismételt tanúsítása a vállalat jellegére tekintettel (az adott terméknév kivezetése révén) nem is valószínűsíthető (Közlemény 25. és 31. pontja),
  - a kötelezettségvállalási nyilatkozat átlátható és olyan részletezettségű, hogy a későbbi ellenőrzést is lehetővé teszi, továbbá ismerteti a kötelezettségvállalási nyilatkozat megítéléséhez releváns körülményeket és a végrehajthatóságot, valamint közvetlen kapcsolatban áll a versenyfelügyeleti eljárás tárgyával (Közlemény 26. pontja),
  - ugyan a versenytanácsi szakban, de még az előzetes álláspont kézhezvétele előtt került benyújtásra (Közlemény 29. pontja),
  - a kötelezettségvállalás nyomán valószínűsíthetően érdemben enyhül az észlelt probléma megismétlődésének kockázata (Közlemény 33. pontja),
  - a kötelezettségvállalás tartalma túlmutat az adott ügyön, alkalmas lehet arra, hogy orientálja a versenytársak és más piaci szereplők magatartását (Közlemény 34. pontja),
  - az eljáró versenytanácsnak nincs arról tudomása, hogy a GVH vagy más hatóság a jelen döntést megelőző öt évben azt állapította volna meg, hogy az eljárás alá vontak megsértették a Közlemény 12. pontjában felsorolt jogszabályok rendelkezéseit (Közlemény 30. pontja),
  - az eljárás alá vontak a vállalatok teljesítésének, egyes lépéseinek mechanizmusát is ismertették, így megállapítható, hogy a kötelezettségek ellenőrizhetőek lesznek (Közlemény 27. pontja).

### Összefoglalás

117. Az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés j) pontja alapján határozattal mondhatja ki, hogy a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás nem jogsértő, ugyanakkor az ilyen tartalmú döntés annak határozati formát öltő, érdemi jellege miatt a jogsértés hiánya vonatkozásában teljes körű – a jogsértést megállapító határozatokkal egyező mértékű és kiterjedésű – bizonyítást igényel. Ezzel szemben a Ket. 31. § (1) bekezdés i) pontja

alkalmazásának van helye minden olyan versenyfelügyeleti eljárásban, amelyben a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg a törvénysértés – illetve a Tpv. 76. § (1) bekezdés j) pontjának alkalmazásához szükséges jogsértés hiánya sem – és az eljárás folytatásától sem várható eredmény. Következésképpen az eljáró versenytanács szerint a Ket. 31. § (1) bekezdése i) pontja alapján a versenyfelügyeleti eljárás végzéssel történő megszüntetéséről kell döntenie minden olyan ügyben, amelyben a jogsértés, illetve annak hiánya a bizonyítékok elégtelensége miatt nem állapítható meg.

118. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a „No.1. Világszerte\*, \* a P&G számítása, a Nielsen [...] közötti időszakra vonatkozó eladási adatai alapján” állítás, valamint az „akár 100%-ig korpamentes haj” szlogen megtévesztésre való alkalmasságának megítéléséhez szükséges információk jelen eljárásban nem állnak rendelkezésre, és azok beszerzése az eljárás folytatása esetén sem várható, ezért ezen állítások vonatkozásában az eljáró versenytanács az eljárást a Ket. 31. §-a (1) bekezdésének i) pontja alapján megszünteti.
119. Az Anti Hair-Fall termékekkel kapcsolatban alkalmazott „hatékonyan csökkenti a hajhullást” típusú állítások kapcsán az eljárás során feltárt valamennyi tény és körülmény (különösen a szakértői bizonyítékok láncolata), valamint az eljárás alá vontak kötelezettségvállalási nyilatkozata tartalmának együttes mérlegelése után az eljáró versenytanács arra a megállapításra jutott, hogy a közérdek védelme hatékonyan biztosítható az eljárás alá vontak – kiegészített – vállalásainak elfogadásával.
120. A fentiekre való tekintettel az eljáró versenytanács a Tpv. 76. §-a (1) bekezdésének c) pontja alapján határozatában az eljárás alá vont vállalkozást a Tpv. 75. §-a szerinti – a jelen, végzéssel egybefoglalt határozat rendelkező részében ismertetett - kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezi, anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná az Anti Hair-Fall termékekkel kapcsolatban alkalmazott „hatékonyan csökkenti a hajhullást” típusú állítások kapcsán.

## **VIII.**

### **Egyéb kérdések**

121. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
122. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
  - a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
  - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
123. Az Fttv. 11. §-ának (2) bekezdése alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a
  - a) a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
  - b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,

- c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
- d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.
124. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése és 11. §-ának (2) bekezdése a) és b) pontja alapján a jelen ügyben gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, így a GVH hatásköre is, mivel a vizsgált kereskedelmi gyakorlat többek között
- országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatókn (RTL, TV2, Viasat, AXN, Comedy Central, Discovery, Film+2, MusicTV, National Geographic, Spektrum, stb.), továbbá
  - országos terjesztésű időszakos lapokban (National Geographic, Autómagazin, Autó-bild)
- jelent meg.<sup>32</sup>
125. A GVH illetékessége a Tptv. 46. §-a alapján az ország egész területére kiterjed.
126. A Ket. 153. §-ának 9. pontja alapján a szakértői díj az eljárási költségek része; a Ket. 154. §-ának (1) bekezdése szerint ún. egyéb eljárási költség. A Ket. 155. §-ának (2) bekezdése szerint hivatalból indult eljárásban az egyéb eljárási költséget a hatóság előlegezi.
127. Tekintettel a jelen versenyfelügyeleti eljárás megindításának idejére, még nem alkalmazandó a Tptv. 62/B §-ának (2a) bekezdése, melynek értelmében a 75. § szerinti kötelezettségvállalással zárult eljárásban felmerült eljárási költségeket a kötelezettségvállalást tett ügyfél viseli, ekként az eljárási költségeket a jelen ügyben a GVH viseli.
128. A Tptv. 48. § (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács döntéseit háromtagú vagy öttagú tanácsban hozza meg. A (2) bekezdés értelmében, ha e törvény eljáró versenytanácsot említ, azon az (1) bekezdésben meghatározott tanácsot kell érteni. Egyéb esetekben a vizsgáló vagy az eljáró versenytanács tagja egyedül is eljárhat.
129. A Ket. 73. §-ának (3) bekezdése értelmében egy okiratba foglalható a határozat és a végzés, illetve több határozat vagy végzés. Az egy okiratba foglalt döntések rendelkező részét és indokolását döntésenként önállóan kell megszövegezni. Az egybefoglalás az egyes döntések meghozatalára vonatkozó határidőket és a jogorvoslati szabályok alkalmazását nem érinti. Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.
130. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tptv. 83. §-ának (1) bekezdése, a végzés elleni jogorvoslati jogot a Tptv. 82. §-a, illetve a Ket. 98. §-a (3) bekezdésének c) pontja biztosítja.
131. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet, hogy a Tptv. 77. § (1) bekezdésének c) pontja alapján a GVH utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, a 75. § szerinti kötelezettségvállalás teljesítését.
132. Az eljáró versenytanács felhívja továbbá a figyelmet arra is, hogy a Tptv. 75. §-ának (2) bekezdése szerint az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerinti határozatát a (3)-(7) bekezdésben meghatározott esetekben és feltételek szerint is módosítja vagy visszavonja.
133. A Tptv. 75. §-ának (5) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács a bíróság által felül nem vizsgált határozatát visszavonja, ha a határozat a döntés szempontjából lényeges ténynek a kötelezett vállalkozás általi félrevezető közlésén alapult.

---

<sup>32</sup> Vj/115-35/2014. számú irat

134. A Tpvt. 75. §-ának (6) bekezdése értelmében ha vállalkozás nem teljesítette a határozatban, illetve a (3) bekezdés szerint módosított határozatban előírt kötelezettséget, az eljáró versenytanács a vállalt kötelezettséget előíró határozat alapját képező közérdek hatékony érvényesülése szempontjának – a kötelezettségvállalással érintett piaci viszonyok jellegére, a fennálló versenyfeltételekre, továbbá a vállalt kötelezettség addigi teljesítésének mértékére, a mulasztás tekintetében a vállalkozás magatartásának felróhatóságára is figyelemmel történő – mérlegelése alapján határozatát visszavonja vagy bírságot szab ki.
135. A Tpvt. 77. § (1) bekezdésének c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, a 75. § szerinti kötelezettségvállalás teljesítését. A (2) bekezdés szerint a határozatnak a 75. § szerinti módosítása iránti kérelmet is utóvizsgálat keretében kell elbírálni.

Budapest, 2016. április 21.

Dr. Bara Zoltán s.k.  
versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella s.k.  
előadó versenytanácsstag

dr. Köhalmi Attila s.k.  
versenytanácsstag